

DAS REKLAMESEMINAR

EINE ENTGEGNUNG VON JULIUS NITSCHKE / MÜNCHEN

MAN könnte Herrn Kropffs Lehrprogramm für Reklamekünstler einfach mit Stillschweigen übergehen, weil es sicherlich keine ernstesten Folgen nach sich ziehen wird. Es ist aber doch wohl nötig, daß sich auch einmal ein Gebrauchsgraphiker zu dem Programm äußert, soweit es die Ausbildung des Künstlers betrifft. Ich will dabei nicht den Fehler machen, den Herr Kropff machte, indem er in die Ausbildung des Künstlers hineinredete; ich will also in keiner Weise dazu Stellung nehmen, was er über die Ausbildung des Reklamefachmannes sagt. Es soll im folgenden nur davon die Rede sein, ob sein Programm für die Ausbildung des Künstlers brauchbar ist oder nicht.

Herr Kropff möchte den Werdegang des Künstlers mit strenger Lehrlingszucht in einem lithographischen Betrieb beginnen.

Ich weiß nicht, wie lange eine solche Lehrzeit dauert. Angenommen, sie dauere durchschnittlich vier Jahre, dann wäre sie mit dem 18. bis 20. Lebensjahre beendet. Welchen Zweck das haben soll, ist nicht zu erkennen, zumal für später noch einmal im Reklameseminar eingehendstes Studium aller Drucktechniken gefordert wird.

Nach den vier Jahren Lithographen-Lehrzeit soll der Besuch einer Kunstgewerbeschule folgen, wo man im besten Falle zeichnen, oder einer Kunstakademie, wo man im besten Falle malen lernt.

Das ist eine Äußerung, die nicht leicht jemand verstehen wird. Ganz abgesehen von der ablehnenden Kritik, die doch wohl mit den Worten »im besten Falle« ausgedrückt sein soll, zeigt sich darin eine ganz unbegreifliche und tief beklagenswerte Unkenntnis vom Wesen der Kunstschulbildung. Ich kenne keine Kunstgewerbeschule, an der nicht gemalt werden darf, und auch keine Akademie, an der man ohne zeichnerische Vorbildung malen kann. Ich weiß auch nicht, wie überhaupt jemand malen will, ohne zu zeichnen. Aber ich kann mir sehr wohl denken, daß ein Studierender an einer Kunstakademie unentwegt zeichnet und radirt, bis er als Professor in den Lehrkörper der Akademie aufgenommen wird, ohne jemals auch nur einen Pinselstrich gemalt zu haben.

Läßt man den angehenden »Reklamekünstler« — um vorläufig die von Herr Kropff gewählte Bezeichnung beizubehalten — vier der besten Jahre seines Lebens in einer Steindruckerei verlieren, dann

ist es wohl recht und billig, daß ihm für das Wesentliche, die künstlerische Ausbildung, ebenfalls vier Jahre zugestanden werden. Er ist also beim Eintritt ins Seminar 22 bis 24 Jahre alt. Ein Jahr, höchstens drei Jahre Kunstgewerbeschule oder Akademie, wie Herr Kropff zu meinen scheint, der die Seminarzeit mit dem 21. Lebensjahre beginnt, sind zu wenig.

An dem Reklameseminar aber

»da wird der Geist euch wohl dressiert,
in spanische Stiefel eingeschnürt«;

da lernt der »Künstler« Vertriebssystem, Organisation, Fabrikation, Verkauf und hört »Vorträge von Reklamefachleuten in höchster Potenz«.

Es ist schwer, derartige logische und sprachliche Entgleisungen ernst und sachlich zu beantworten. Aber da die Möglichkeit besteht, daß es doch Menschen gibt, die den Gedanken des Reklameseminars erörtern und auf solcher Grundlage künstlerische Leistungen einschätzen, scheint es notwendig, der reklamefachmännischen Meinung, nach dem Grundsatz *audiatur et altera pars*, eine Meinung aus Künstlerkreisen entgegenzusetzen.

Soll diese fester fundiert sein, als Herrn Kropffs Vorschläge, so muß zunächst einmal der Begriff des Reklamekünstlers beseitigt werden.

Wer aus Herrn Kropffs Seminar herauskäme, wäre weder ein Reklamekünstler noch überhaupt ein Künstler. Der wäre günstigenfalls ein subalterner Zeichengehilfe. Und das wäre wohl mit zehn Jahren Schule zu teuer erkaufte.

Das Wort Künstler darf nie anders als *sub specie aeternitatis* gebraucht werden.

Um eine Basis für die Verständigung zu schaffen, wird es zweckmäßig sein, statt von Reklamekunst immer nur von Gebrauchsgraphik zu reden. Es ist der ganz klare und präzise Ausdruck für jede Art Graphik, die zu einem bestimmten Gebrauche hergestellt wird. Das für den Snob radierte Tauschexlibris von $\frac{1}{4}$ qm Größe ist also keine Gebrauchsgraphik, wohl aber jedes zum Einkleben in Bücher bestimmte Exlibris, in welcher Technik es auch ausgeführt sein möge. Slevogts Zauberflöte-Radierungen wird niemand als Gebrauchsgraphik ansprechen; aber seine Illustrationen zu Ali-Baba, Sindbad, Benvenuto Cellini, Fernando Cortez, sind für jeden denkfähigen Menschen ganz unbestreitbar Gebrauchsgraphik, ebenso wie Adolf von